

**ANALISIS PENGARUH CITRA RESTORAN STEAK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Konsumen Warung Steak di Surakarta)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan
Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah
Surakarta

Oleh :

Nur Haryanti
NIM : B 100 030 201

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2007**

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul :

**ANALISIS PENGARUH CITRA RESTORAN STEAK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Konsumen Warung Steak di Surakarta)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Nur Haryanti
NIM : B 100 030 201

Telah Dipertahankan di Depan Dosen Penguji pada :

Tanggal 2007

Dan dinyatakan telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima

Surakarta, 2007

Mengetahui
Dosen Pembimbing

(Drs. Ikhwan Susilo, MSi.)

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen

(Drs. Syamsuddin, MM)

MOTTO

Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyuk.

(QS. Al-Baqarah : 45)

Dengan ilmu, hidup menjadi mudah. Dengan seni, hidup menjadi indah.

Dan dengan agama, kehidupan menjadi terarah dan bermakna.

(H.A Mukti Ali)

Mengetahui kekurangan diri adalah tenaga kuat mencapai cita-cita,

berusaha terus untuk mengisi kekurangan

adalah keberanian yang luar biasa.

(Prof. Dr. Hamka)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- ♥ *Kedua orang tuaku tercinta yang tidak kurang akan doa, kasih sayang & bantuan materiil hingga studi ini selesai.*
- ♥ *Kakak-kakaku tersayang yang selalu mendorongku hingga skripsi ini selesai.*
- ♥ *Kakanda tersayang Widi, yang selalu setia menemani, & tiada habisnya men-supportku hingga skripsi ini selesai "I will always love you forever honey".*

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra restoran terhadap loyalitas konsumen di wilayah Surakarta serta menganalisis faktor yang mempunyai pengaruh dominan terhadap loyalitas konsumen. Citra restoran dalam penelitian ini diukur atas empat variabel yaitu kualitas produk, harga, pelayanan, dan lingkungan fisik.

Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen yang melakukan pembelian steak di Surakarta dengan sampel sebanyak 96 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel kualitas produk, harga, pelayanan, dan lingkungan fisik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini didukung dari hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$.
2. Variabel kualitas produk, harga, pelayanan, dan lingkungan fisik secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini didukung dari hasil uji F yang menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$.
3. Variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen adalah kualitas produk. Hal ini didukung dari besarnya nilai koefisien regresi kualitas produk (0,310) yang lebih besar dibandingkan koefisien regresi variabel harga, pelayanan, dan lingkungan fisik (0,277 ; 0,135 ; 0,123).
4. Besarnya koefisien determinasi R^2 adalah 0,485 artinya variasi variabel loyalitas konsumen dijelaskan oleh variasi variabel kualitas produk, harga, pelayanan, dan lingkungan fisik secara bersama-sama sebesar 48,5% sisanya sebesar 51,5% dijelaskan variabel lain yang tidak terdapat di dalam model atau tidak penulis teliti.

Untuk meningkatkan loyalitas konsumen pihak restoran disarankan untuk terus meningkatkan citranya melalui peningkatan kualitas produk, menetapkan harga yang bersaing, meningkatkan pelayanan karyawan, serta mendukung terciptanya lingkungan fisik yang nyaman dan memadai.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan segala puji dan syukur penulis panjatkan Kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan karuniaNya-lah sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini, dengan judul **ANALISIS PENGARUH CITRA RESTORAN STEAK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN** (Studi Kasus Pada Konsumen Warung Steak di Surakarta).

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan yang diperlukan dalam rangka penyelesaian program strata satu pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta. Dalam penyusunan skripsi ini penulis tidak lepas dari bantuan bimbingan dan pengarahan yang diberikan oleh berbagai pihak, baik moril maupun materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini mengungkapkan rasa terima kasih yang tulus dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. Bapak Drs. Syamsuddin, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi UMS yang telah memberi izin penelitian kepada penulis.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UMS
3. Bapak Drs. Ikhwan Susilo, MSi., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan hingga terselesaikannya skripsi ini.

4. Bapak dan Ibu dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi UMS yang telah memberikan pengetahuan dan bekal ilmu kepada penulis.
5. Kedua orang tuaku tercinta yang turut memberikan doa restu dari jauh serta dan dorongan semangat yang luar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Club Cs-ku : Pipit, Andry, dan Endah makasih atas persahabatan dan kekompakannya.
7. Sahabat-sahabatku: Mas Wied, Upik, Paijo, Sigit, Bambang GeDe, Bambang ciLek, Tembong, Rony, Pakde Kadiyo dan anak-anak kost-KU tercinta.
8. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah banyak memberikan bantuan, sarana maupun dukungan kepada penulis terimakasih banyak.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharap kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat-Nya untuk kita semua. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, Juni 2007

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
 BAB I. PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 6
A. Perilaku Konsumen	6
1. Pengertian Perilaku Konsumen	6
2. Tahap-tahap dalam Proses Pengambilan Keputusan untuk Membeli	 7
B. Citra Perusahaan	8
1. Pengertian Citra	8

	2. Dimensi Citra	10
	C. Loyalitas Konsumen	14
	1. Pengertian Loyalitas Konsumen	14
	2. Penciptaan Nilai Menuju Loyalitas	16
	3. Model Efek Citra terhadap Perilaku Konsumen dan Keuangan Perusahaan	18
	D. Penelitian Terdahulu	20
BAB III	METODE PENELITIAN	22
	A. Kerangka Pemikiran	22
	B. Hipotesis	23
	C. Ruang Lingkup Penelitian	23
	D. Sumber Data	23
	E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	24
	F. Populasi dan Sampel	26
	G. Teknik Pengumpulan Data	27
	H. Teknik Analisis Data	27
	I. Sistematika Penulisan	32
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	34
	A. Hasil Penelitian	34
	1. Deskripsi Responden	35
	2. Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Variabel Penelitian	39
	B. Analisis Data	50

	1. Uji Validitas dan Reliabilitas	50
	2. Uji Hipotesis	53
	C. Pembahasan	61
BAB V	PENUTUP.....	64
	A. Kesimpulan	64
	B. Saran	65
	C. Keterbatasan Penelitian	65
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Indikator-indikator Variabel Penelitian	26
Tabel 4.1 Data Rincian Kuesioner	35
Tabel 4.2 Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin	35
Tabel 4.3 Distribusi Responden Menurut Tingkat Usia	36
Tabel 4.4 Distribusi Responden Menurut Tingkat Pendidikan	37
Tabel 4.5 Distribusi Responden Menurut Tingkat Pekerjaan	38
Tabel 4.6 Distribusi Responden Menurut Tingkat Pendapatan	38
Tabel 4.7 Produk Yang Ditawarkan di Restoran WS	41
Tabel 4.8 Deskripsi Statistik Variabel Kualitas Produk	42
Tabel 4.9 Harga Yang Ditawarkan di Restoran WS	43
Tabel 4.10 Deskripsi Statistik Variabel Harga	44
Tabel 4.11 Deskripsi Statistik Variabel Pelayanan	46
Tabel 4.12 Deskripsi Statistik Variabel Lingkungan Fisik	48
Tabel 4.13 Deskripsi Statistik Variabel Loyalitas Konsumen	50
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Data	51
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	52
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	53

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Penciptaan Nilai Menuju Loyalitas	17
Gambar 2.2 Model Efek Citra terhadap Perilaku Konsumen dan Keuangan Perusahaan	19
Gambar 3.1 Model Penelitian Kerangka Pemikiran	22